

Najważniejsze wytyczne dla stron internetowych:

1. Dostępność treści multimedialnych:

Dostosowanie marketingu online dla osób z niepełnosprawnościami oznacza zapewnienie dostępu do wszelkich treści multimedialnych, takich jak zdjęcia, wideo czy animacje. Dla osób niewidomych i słabowidzących kluczowe jest dodawanie opisów alternatywnych (atrybutów alt) do każdego elementu graficznego na stronie. W przypadku materiałów wideo warto dostarczać napisy oraz tłumaczenie migowe, które umożliwi osobom niesłyszącym pełny dostęp do treści.

2. Responsywność strony internetowej:

Strona internetowa powinna być responsywna, czyli dostosowująca się do różnych urządzeń i rozmiarów ekranów. To szczególnie istotne dla osób korzystających z urządzeń z obsługą dotykową, które mogą mieć trudności w obsłudze małych elementów na stronie.

3. Ułatwienia nawigacyjne:

Prosta i intuicyjna nawigacja jest kluczowa dla osób z niepełnosprawnościami, które mogą mieć trudności z precyzyjnym poruszaniem się po stronie. Jasne etykiety, menu i przyciski ułatwią korzystanie z witryny.

4. Dostępność dla osób z trudnościami ruchowymi:

Osoby z trudnościami ruchowymi mogą mieć problem z precyzyjnym klikaniem na małe przyciski na ekranie. Warto zapewnić większe przyciski, odstępy między nimi oraz możliwość nawigacji za pomocą klawiatury.

5. Testowanie dostępności:

Przed wdrożeniem kampanii marketingowej warto przeprowadzić testy dostępności przy użyciu różnych narzędzi i włączyć w to osoby z różnymi rodzajami niepełnosprawności. To pozwoli na zidentyfikowanie ewentualnych problemów i wprowadzenie poprawek przed publikacją.

6. Wykorzystanie technologii asystujących:

Technologie asystujące, takie jak czytniki ekranowe, urządzenia do sterowania głosem czy kontrolery ruchowe, umożliwiają osobom z niepełnosprawnościami bardziej efektywne korzystanie z urządzeń i treści online. Warto dostosować stronę do pracy z takimi narzędziami.

7. Tworzenie treści włączających:

Podczas tworzenia treści marketingowych warto unikać języka i treści, które mogą być dyskryminujące lub wykluczające. Zachęcanie do włączania i budowania społeczności otwartej na różnorodność może przyciągnąć uwagę osób z niepełnosprawnościami.

8. Edukacja i świadomość:

Dla wielu osób może brakować wiedzy na temat różnych rodzajów niepełnosprawności oraz tego, jakie są najlepsze praktyki w obszarze dostępności. Dlatego warto tworzyć treści edukacyjne na ten temat i dzielić się nimi online.

9. Współpraca z organizacjami:

Współpraca z organizacjami działającymi na rzecz osób z niepełnosprawnościami może pomóc w zrozumieniu ich potrzeb i wyzwań oraz skierować strategię marketingową na właściwe tory.

10. Długoterminowe zaangażowanie:

Dostosowywanie marketingu online dla osób z niepełnosprawnościami to proces długotrwały. Ważne jest, aby nie traktować tego jako jednorazowego zadania, ale jako stały element strategii, który wymaga ciągłego monitorowania, analizy i doskonalenia.

Dostosowywanie marketingu online dla osób z niepełnosprawnościami to krok w kierunku bardziej włączającego i równego społeczeństwa cyfrowego. Pamiętajmy, że różnorodność to nasza siła, a dostosowanie działań marketingowych do potrzeb tej grupy osób może przynieść zarówno korzyści biznesowe, jak i społeczne.

Najważniejsze wytyczne dotyczące grafiki:

1. Kontrast i czytelność:

Grafika powinna mieć odpowiedni kontrast między tłem a tekstem lub elementami graficznymi. Dla osób ze słabowidzeniem lub trudnościami z odczytywaniem kontrast jest kluczowy do zapewnienia czytelności treści.

2. Używanie czytelnych czcionek:

Wybór odpowiednich czcionek jest istotny. Unikaj zbyt ozdobnych lub zbyt małych czcionek. Postaw na proste, czytelne fonty, które są dobrze widoczne nawet przy niższej rozdzielczości ekranu.

3. Unikanie nadmiaru informacji:

Grafika nie powinna być przeładowana informacjami. Staraj się przekazywać klarowną i zwięzłą wiadomość. To ułatwi odbiór treści dla wszystkich, w tym osób z różnymi potrzebami.

4. Używanie ikon i symboli:

Ikony i symbole mogą być skutecznym sposobem na przekazanie informacji za pomocą grafiki. Upewnij się jednak, że są one jednoznaczne i łatwe do zrozumienia, bez konieczności długiego czytania.

5. Alternatywne teksty (atrybuty alt):

Dla osób korzystających z czytników ekranowych alternatywne teksty (atrybuty alt) są niezwykle ważne. Starannie opisz każdą grafikę w taki sposób, aby osoba korzystająca z czytnika mogła zrozumieć, co przedstawia dana grafika.

6. Proste schematy kolorów:

Zastosowanie zbyt wielu kolorów lub zbyt skomplikowanych schematów kolorów może utrudnić odczytanie informacji dla osób z niektórymi typami niepełnosprawności wzrokowej. Postaw na proste, zrozumiałe kombinacje kolorów.

7. Unikanie informacji tylko wizualnych:

Nigdy nie umieszczaj istotnych informacji tylko w postaci graficznej. Zawsze towarzysz im tekstem lub innymi alternatywnymi sposobami przekazu, takimi jak napisy wideo.

8. Skalowalność grafiki:

Grafiki powinny być skalowalne, aby zachować jakość i czytelność nawet przy większych rozmiarach ekranu. To szczególnie ważne dla osób korzystających z technologii asystujących.

Najważniejsze wytyczne dotyczące tworzonych treści:

Pisanie tekstów, które unikają języka dyskryminującego osoby z niepełnosprawnościami, to ważny krok w promowaniu inkluzji i poszanowania dla różnorodności. Oto kilka wskazówek, które warto mieć na uwadze:

1. **Używaj Terminologii Neutralnej i Pozytywnej:** Unikaj używania słów lub zwrotów, które mogą być obraźliwe lub deprecjonujące wobec osób z niepełnosprawnościami. Zamiast tego, korzystaj z terminologii neutralnej i pozytywnej. Na przykład, zamiast używać określenia "inwalida" lub "krępować się", lepiej jest używać terminu "osoba z niepełnosprawnością" lub "osoba o ograniczonej mobilności".

2. **Akcentuj Osobę, Nie Funkcję:** Zamiast definiować osoby przez ich niepełnosprawność, koncentruj się na tym, co są w stanie osiągnąć. Stawiaj akcent na ich umiejętności, zainteresowania i osiągnięcia.
3. **Unikaj Używania Mityng Stereotypów:** Nie zakładaj, że wszystkie osoby z niepełnosprawnościami są takie same, mają te same potrzeby lub ograniczenia. Unikaj używania stereotypów lub ogólnych stwierdzeń.
4. **Pytaj o Preferencje:** Jeśli piszesz o konkretnej osobie z niepełnosprawnością, najlepiej jest zapytać ją o preferowaną terminologię lub sposób opisu swojej sytuacji. Poszanowanie indywidualnych preferencji jest kluczowe.
5. **Unikaj Przydawania Zmieniających Znaczenie Epitetów:** Unikaj przydawania cech, które nie są istotne w kontekście opisywanego tematu. Na przykład, nie jest konieczne podkreślanie niepełnosprawności, jeśli nie jest to istotne w kontekście artykułu.
6. **Używaj Języka Zrozumiałego dla Wszystkich:** Stosuj jasny i prosty język, który jest zrozumiały dla różnych odbiorców. Unikaj skomplikowanych terminów medycznych lub technicznych, chyba że są one odpowiednio wyjaśnione.
7. **Podkreśl Inkluzję i Równość:** W tekście warto podkreślać znaczenie inkluzji i równości szans dla osób z niepełnosprawnościami. Możesz robić to poprzez przekazywanie informacji o sukcesach i osiągnięciach tych osób oraz wspierających ich inicjatyw.